

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL DAN KOMUNIKASI WHATSAPP DALAM PERLINDUNGAN PEKERJA MIGRAN INDONESIA DI TAIWAN

Oleh Merdy Ervina Rumintjap *)

Abstract

Indonesian Migrant Workers (PMI) are groups of workers who work abroad. Indonesia as a country that has a large workforce with a majority of low education, has difficulty in providing decent employment in the country, so working abroad is a choice for millions of PMI in an effort to improve and answer life's needs.

As a country sending large migrant workers, PMI needs protection relating to their rights and obligations as PMI, both before placement, placement period and post placement. Even though there is a regulation that states that every PMI who wants to work abroad must get knowledge of the country where they work, this facility is considered inadequate to provide PMI abroad. Facilities that are considered very comfortable and easy to protect PMI can be done through social media facilities. Along with the fact that all PMIs have cellular phones, the use of social media is considered to be more effective in reaching more people, cheaper, more convenient, able to access the latest news and easy to share (viral). Just as it is currently done by PMI in Taiwan every time a PMI wants to find and provide information to others PMI.

Keywords: Indonesian Migrant Workers, social media, work protection, communication access.

Abstrak

Pekerja Migran Indonesia (PMI) merupakan kelompok pekerja yang bekerja di luar negeri. Indonesia sebagai negara yang memiliki jumlah angkatan kerja besar dengan mayoritas berpendidikan rendah, mengalami kesulitan dalam memberikan lapangan kerja layak dalam negeri, sehingga bekerja di luar negeri menjadi pilihan bagi jutaan PMI dalam usaha meningkatkan dan menjawab kebutuhan hidup.

Sebagai negara pengirim pekerja migran besar, PMI membutuhkan perlindungan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban mereka sebagai PMI, baik sebelum penempatan, masa penempatan dan paska penempatan. Sekalipun ada regulasi yang menyebutkan setiap PMI yang hendak bekerja di luar negeri harus mendapat pengetahuan terhadap negara tempat bekerja, namun fasilitas ini dinilai kurang memadai untuk membekali PMI di luar negeri.

Sarana tambahan yang dianggap sangat nyaman dan mudah untuk melindungi PMI bisa dilakukan melalui sarana media sosial. Seiring dengan fakta seluruh PMI memiliki telepon selular, maka penggunaan media sosial dinilai bisa lebih efektif untuk menjangkau lebih banyak orang, biaya murah, nyaman, bisa akses berita terkini dan gampang untuk dibagikan (viral). Seperti halnya saat ini dilakukan oleh PMI di Taiwan setiap kali seorang PMI ingin mencari dan memberikan informasi terhadap PMI lainnya.

Kata Kunci: Pekerja Migran Indonesia, media sosial, perlindungan kerja, dan akses komunikasi.

1. PENDAHULUAN

Pekerja Migran Indonesia (PMI) merupakan kelompok pekerja yang bekerja di luar negeri. Indonesia sebagai negara yang memiliki jumlah angkatan kerja besar dengan mayoritas berpendidikan rendah menjadikan kerja di luar negeri menjadi pilihan untuk mencari kerja. Sesuai data statistik angkatan kerja pada Februari 2018 adalah 133,94 juta, dari jumlah tersebut pekerja

dengan tingkat pendidikan dibawah SLTP sebesar 70 persen, sementara angkatan kerja pendidikan S1 hanya sebesar 10%. Akibatnya angkatan kerja Indonesia sulit mendapatkan pekerjaan dan hidup layak.

Sebagai negara yang memiliki surplus angkatan kerja dengan pendidikan rendah, pemerintah Indonesia menjadikan peluang kerja di luar negeri sebagai salah satu cara untuk

menyalurkan pekerja mendapatkan pekerjaan, sekaligus untuk mengurangi tekanan pertumbuhan pengangguran dan untuk mendapatkan devisa. Inilah yang disebut Everett (pratiwi, 2007:38-39) sebagai fenomena yang memunculkan pekerja migrant yang dilatarbelakangi oleh faktor “pendorong” dan “penarik” (push and pull theory). Migrasi kerja terjadi akibat adanya faktor pendorong yang membuat seseorang pergi meninggalkan negerinya, biasanya kemiskinan (*push factor*). Kemudian ada faktor yang menarik seseorang mencari kerja ke negeri lain karena adanya ketersediaan pekerjaan atau harapan yang lebih baik di negara tersebut (*pull factor*). Potensi bergerak ke wilayah yang memberikan kesempatan baru, pendapatan lebih dan bahkan jaminan kehidupan yang lebih baik.

Adanya tarik menarik ini membuat PMI bertumbuh di banyak negara yang menjadikan Indonesia sebagai salah satu sumber tenaga kerja. Minat PMI bekerja di luar negeri terus bertumbuh dari tahun ke tahun seperti di Malaysia, Korea, China, Japan bahkan Taiwan, kecuali PMI ke wilayah Timur Tengah yang turun akibat kebijakan moratorium pemerintah. Jumlah PMI di Indonesia menurut survey world bank 2017 lebih dari 9 juta orang dengan total hampir 70 persen berpendidikan rendah. Bekerja di luar negeri menjadi pilihan untuk masyarakat yang mendapatkan Pendidikan rendah. PMI ini didominasi kelompok perempuan sekitar 65 persen. Pendapatan devisa (remittance) yang dikirim PMI juga terus meningkat secara paralel dengan bertumbuhnya peminat kerja di luar negeri. Data remittances yang diperoleh pemerintah sesuai data BNPTKI berjumlah 108 triliun tahun 2017. Angka ini cukup besar dibanding dengan pendapatan negara di sektor lainnya. Barangkali inilah sebabnya PMI dijuluki sebagai pahlawan devisa Indonesia.

Akan tetapi perlindungan terhadap PMI dirasakan belum memadai, akibat masih rendahnya perlindungan hukum, banyaknya pelanggaran hukum yang dilakukan agen jasa pengirim PMI, lemahnya perlindungan pemerintah kepada PMI saat bermasalah di luar negeri, bahkan minimnya pemahaman PMI terhadap hak-haknya, lemahnya koordinasi antar lembaga pemerintah yang terkait, dan sebagainya. Kabar baiknya, Indonesia mulai melakukan pembenahan dengan lahirnya UU tentang Perlindungan PMI (PPMI) nomor 18 tahun 2018, kemudian diikuti dengan pencabutan perlindungan jaminan sosial PMI dari konsorsium swasta beralih ke BPJS Ketenagakerjaan.

Sekalipun mekanisme pengiriman PMI terus dilakukan melalui BNP2TKI. UU PPMI dinilai lebih komperensif dalam mengatur perlindungan PMI, baik sebelum berangkat, masa penempatan, dan paska habis kontrak.

Taiwan adalah negara penerima PMI terbesar ke dua setelah Malaysia. Di Taiwan sesuai data di atas ada 260,000 PMI menurut data KDEI 2018. Terjadi peningkatan berkelanjutan akibat adanya pemahaman pemerintah Taiwan dianggap memberikan perlindungan yang lebih baik dari negara lain. Terbukti dengan kecilnya rasio permasalahan kerja di sana, berikut dengan tingkat pekerjaan yang dianggap lebih manusiawi dengan pendapatan rata-rata rupiah 9jt-19jt/bulan.

Mengapa Taiwan cenderung lebih baik? Karena di Taiwan PMI mendapatkan perlindungan yang mengikuti aturan main antara kelompok penyalur PMI dari Indonesia dengan kelompok asal negara penanggung jawab penerima PMI. Taiwan mewajibkan setiap agen memiliki data PMI dan peluang kerja untuk informasi ke PMI. Bentuk perlindungan untuk TKI di Taiwan sudah diatur dengan aturan UU yang berlaku, akan tetapi pergaulan keseharian ikut menentukan tingkat kenyamanan kerja para TKI. Selama ini TKI di Taiwan memiliki kelompok yang memperkuat mereka, bentuknya mulai dari senioritas, atau yang lebih berpengalaman kerja dan ketua agent-agent yang bertugas memantau mereka. Keseluruhan aktivitas PMI Taiwan utamanya menjadikan alat komunikasi seperti media sosial sebagai sarana untuk menjalin hubungan dengan saudara maupun teman-temannya, bahkan menjadi sarana menginformasikan segala bentuk kejadian dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini tentu saja PMI merasa lebih mudah memberi maupun mendapatkan informasi melalui sarana ini. Mereka umumnya menggunakan Facebook, Messenger, dan Whatsapp.

Berbagai penelitian telah banyak dilakukan untuk menggambarkan kehidupan para PMI. Tapi belum ada yang spesifik yang meneliti kehidupan dan pengalaman PMI perempuan di Taiwan, bagaimana mereka bisa berkomunikasi dan memanfaatkan jaringan media sosial untuk melindungi pekerjaan mereka bahkan sarana aktivitas sehari-hari kehidupan mereka, juga bagaimana efektifitas bermedia sosial ini dapat digambarkan.

Karena itu berdasarkan berbagai hipotesa tersebut maka dirumuskan permasalahan penelitian ini yaitu: Apakah sarana media sosial memiliki kontribusi besar dalam melindungi hak-hak PMI?

Tujuan penelitian ini adalah merumuskan rekomendasi dalam rangka mencari media sosial yang tepat untuk menjadi tempat perlindungan bagi PMI.

2. METODOLOGI

Penelitian ini adalah penelitian pengalaman perempuan pengguna media sosial dan whatsapp dan dianalisa memakai data kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti dalam menganalisis data menggunakan jenis deskriptif, yakni akan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat dalam objek penelitian. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, bukan angka-angka. Data yang diperoleh berasal dari naskah hasil wawancara, catatan lapangan, dokumen pribadi, atau dokumen resmi lainnya.

Penelitian ini merupakan studi kasus dengan menggunakan metode kualitatif, yakni menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Dalam penelitian kualitatif ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling. Jika data yang terkumpul sudah mendalam, dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya.

Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian yaitu, informan dan responden. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen, buku, makalah, dan artikel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan:

1. Wawancara Mendalam, untuk menggali informasi tentang pandangan, kepercayaan, pengalaman, pengakuan informasi mengenai komunikasi yang dilakukan PMI dengan temannya via media sosial seperti FB dan Whatsapp hal ini menyangkut perlindungan sosial untuk pekerja migran. Wawancara mendalam dilakukan kepada lima sampai sepuluh orang perempuan laki-laki PMI di Taipei.
2. *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan untuk memperoleh informasi yang mendalam tentang pemahaman mengenai media sosial dan perlindungan serta kebijakan perlindungan sosial untuk pekerja. FGD dilaksanakan di pusat kota bernama Taipei Main Square dimana tiap Sabtu dan Minggu banyak PMI yang berkumpul disana, waktu yang dilakukan selama bulan Agustus dan November masing-masing

narasumber wawancara dan pertemuan fisik 2-4 kali dan komunikasi media sosial yang tidak terbatas. PMI ini juga akan diikuti dengan observasi terlibat, dengan bertemu dan melakukan wawancara langsung serta menyaksikan kegiatan media sosial mereka.

3. Studi dokumentasi dilakukan untuk memperoleh informasi data tentang kebijakan dan dokumentasi literatur lainnya yang berkaitan dengan kebijakan perlindungan PMI. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya dari seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara (Sugiyono, 2011:240). Dengan teknik ini akan direkam aktivitas saat melakukan penelitian kepada PMI yang bekerja di luar negeri, baik berupa foto saat wawancara maupun rekaman suara untuk memperkuat bukti tulisan.

Nasution (1988) dalam Sugiyono (2011:245) mengemukakan analisis telah mulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan penelitian. Hanya saja, dalam penelitian seringkali analisis telah dimulai sejak bertemu dengan PMI dan melihat dan menyeleksi siapa yang bisa dijadikan narasumber. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles and Huberman (1984) dalam Sugiyono (2011:246) mengemukakan aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kondisi PMI di Taiwan

Jumlah PMI yang ada di Taiwan sebanyak 237.085 orang, semua PMI tersebut adalah PMI resmi, adapun jumlah PMI kaburan sebanyak 23.355 orang dengan alasan ingin mendapatkan gaji yang lebih tinggi, kemudian pindah ke majikan lain, tanpa berkomunikasi dengan *agency*, sehingga apabila seorang PMI menjadi kaburan, makanya semua hak-hak yang melekat pada dirinya akan hilang, seperti: hak kesehatan dan asuransi tenaga kerja.

Keberadaan undang-undang yang mengatur hak buruh di Taiwan, belum tentu membuat Tenaga Kerja Indonesia PMI bekerja tanpa risiko. PMI di Taiwan masih saja dihadapkan dengan pelbagai persoalan hak dalam bekerja. Tindakan agensi yang semena-semena menahan gaji PMI, tanda tangan

secara paksa untuk dipulangkan saat PMI datang mengadu, dan pelbagai tindak pelanggaran masih dilakukan agensi di Taiwan. PMI juga rentan terhadap banyak hal termasuk berada di lingkungan kerja yang tidak cocok. Banyak hal terjadi PMI dipulangkan secara paksa sebelum kontrak kerja mereka selama 2 tahun habis. Jika PMI dipulangkan dari Taiwan, mereka harus mendapat pelayanan konseling untuk dilaporkan dan melakukan prosedur tanda tangan pelepasan kontrak, serta penyelesaian hak PMI yang belum dibayarkan. Agensi dalam hal ini tidak berhak memulangkan PMI tanpa alasan, karena keputusan kepulangan PMI harus disepakati kedua-dua pihak. Pemerintah Taiwan sendiri melalui departemen tenaga kerja mereka telah membuka layanan telepon pengaduan 24 jam (call center) di nomor 1955. PMI Taiwan bisa mengadukan persoalan pelanggaran hak yang mereka alami. Setiap pengaduan akan diteruskan ke bagian konseling yang akan terjun di lapangan. Layanan konseling departemen tenaga kerja Taiwan sendiri, buka dari hari Senin sampai Jumat.

Undang-Undang di Taiwan, tentang gaji, majikan wajib memberikannya kepada PMI setiap bulan dengan tunai dan harus diterima oleh PMI sendiri. Apabila majikan atau agensi menahan gaji PMI, maka mereka akan dikenakan denda Nt.60.000 sampai Nt.300.000 atau sekitar 18 sampai 94 juta rupiah. Tidak hanya itu, surat izin menggunakan pekerja dari pemerintah Taiwan juga akan dicabut dan mereka tidak boleh mengajukan permohonan pemakaian pekerja selama dua tahun. Terkait jaminan sosial, PMI Taiwan di sektor formal (pabrik) maupun informal (Pekerja Rumah Tangga) sama-sama memiliki asuransi. Di Taiwan hak informasi khususnya menggunakan media elektronik baik untuk bermedia sosial maupun untuk menghubungi keluarga dan kerabat diberikan kebebasan untuk menggunakan handphone untuk menghubungi baik itu keluarga dan kerabat, termasuk menghubungi call center 1955 non stop, menurut salah satu PMI bahwa kedepannya, untuk KDEI harus cepat merespon keluhan-keluhan dari para PMI yang mengadukan ke call center 1955.

Hak cuti di Taiwan adalah salah satu hak PMI yang sudah ditetapkan dalam Perjanjian Kerja, di Taiwan cuti diberikan pada hari Minggu, pada umumnya cuti diberikan 7 hari dalam 1 tahun, didalam satu tahun mendapatkan bonus fee 7 hari x NT. 567, bahkan ada seorang TKI ketika cuti untuk

tiket pulang-pergi ke Indonesia di cover oleh majikan.

3.2. PMI dan Media Sosial

PMI Taiwan menganggap media sosial adalah alat yang sangat membantu mereka. Tantri salah satu PMI menjadikan media sosial ajang berkreasi dan melakukan aktivitas di luar kerjanya tiap hari. Media sosial menjadi ‘teman’ kata Tantri.

Sebenarnya apa yang dimaksud dengan media sosial? Apa juga yang menarik bagi seorang PMI. Tidak ada pengertian atau definisi media sosial yang benar-benar ‘satu’ atau tetap. Pengertian media sosial pada umumnya menggambarkan proses media sosial itu sendiri yang menekankan pada proses interaksi diantara individu dengan menciptakan, membagi, menukarkan, dan memodifikasi ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan. Berikut beberapa pengertian media sosial berdasarkan latar belakang keilmuan dari masing-masing ahli:

- a. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) – Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, dan video informasi dengan orang lain dan perusahaan dan vice versa.
- b. Varinder Taprial dan Priya Kanwar (2012) – Media sosial adalah media yang digunakan oleh seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan daring sosial dengan berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.
- c. Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein (2010) – *Social media is a group of Internet based applications that build on the ideological foundations of Web 2.0, and that allow the creation and exchange of User Generated Content*. Pada definisi itu Kaplan dan Haenlein menyatakan bahwa media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun dengan dasar-dasar ideologis dari Web 2.0 yang merupakan platform dari evolusi media sosial yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran dari *User Generated Content*.

3.3. Ciri Khas Media Sosial

Menurut Varinder Taprial dan Priya Kanwar dalam bukunya *Undertsanding Social Media* (2012: 28-29), media sosial memiliki beberapa ciri khas sebagai berikut:

- a. Aksesibilitas (*Accessibility*). Media sosial dapat diakses dengan mudah oleh siapa saja yang memiliki perangkat yang terkoneksi dengan

jaringan internet. Karenanya media sosial sangat mudah digunakan oleh siapa pun dan tidak dibutuhkan keahlian khusus untuk itu. Semua yang memiliki akses daring dapat menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan orang lain di seluruh dunia.

- b. *Interaktivitas (Interactivity)*. Komunikasi yang dilakukan melalui media sosial berlangsung secara dua arah atau bahkan lebih. Karenanya, pengguna media sosial dapat berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya. Setiap orang dapat memberikan pertanyaan, mendiskusikan suatu produk atau hal-hal lain yang sesuai dengan minat yang dimiliki.
- c. *Longevity/ volatility*. Pesan-pesan yang dikirimkan dapat disimpan dan diakses kembali untuk jangka waktu yang lama. Bahkan pesan-pesan tersebut dapat disunting dan dimutakhirkan kembali setiap saat sesuai kebutuhan.
- d. *Keterjangkauan (Reach)*. Internet menawarkan akses yang tidak terbatas untuk menjangkau semua isi yang terdapat dalam dunia tak kasat mata. Setiap orang dapat mengakses internet darimana saja dan kapan saja.
- e. *Kecepatan (Speed)*. Pesan yang telah dibuat di media sosial dapat diakses oleh semua orang yang berada dalam jaringan atau kelompok atau forum atau komunitas yang sama segera setelah pesan tersebut dipublikasikan. Kita dapat berkomunikasi dengan khalayak tanpa melalui banyak kendala yang mempengaruhi pengiriman suatu pesan. Respon atau tanggapan yang diberikan oleh khalayak juga bersifat instan atau segera sehingga kita dapat berdialog dengan khalayak secara *real time*.

Dapat dikatakan bahwa ciri khas yang dimiliki oleh media sosial tersebut merupakan kekuatan atau kelebihan utama media sosial. Hal ini memungkinkan semua orang untuk berhubungan dengan orang lain dan mengakses informasi yang tersedia di internet. Interaksi yang dilakukan secara daring membuat tidak ada lagi sekat pembatas antara pengguna media sosial.

Media sosial pada umumnya digunakan untuk tetap menjaga hubungan dengan teman atau keluarga, bertemu dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama, mendiskusikan suatu isu, berbagi pendapat, memberikan dan menjawab pertanyaan, membaca review dan lain-lain. Manusia menggunakan media sosial juga sebagai salah satu sarana komunikasi untuk menambah pengetahuan serta membuat keputusan terbaik. Media sosial juga dimanfaatkan dalam dunia

bisnis, politik, hiburan dan lain-lain guna menyasar calon konsumen dan target konsumen, berinteraksi dengan konsumen, membangun atau membentuk citra perusahaan serta mengelola reputasi perusahaan secara daring.

3.4. Bentuk-bentuk Media Sosial

Andreas M. Kaplan dan Michael Haenlein dalam *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media* (2010) mengklasifikasikan media sosial ke dalam 6 (enam) bagian, yaitu:

- a. *Blogs* – merupakan jurnal yang ditampilkan secara daring dengan menampilkan beberapa topik secara kronologis.
- b. *Collaborative projects* – merupakan bentuk dari User Generated Content yang memungkinkan terjadinya ketergabungan dan kreasi isi secara simultan yang dilakukan oleh banyak pengguna, contohnya Wikipedia.
- c. *Content communities* – tujuan utamanya adalah berbagi isi media diantara sesama pengguna, contohnya YouTube.
- d. *Social networking sites* – merupakan aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain dengan menciptakan informasi pribadi, mengundang teman dan kolega untuk mengakses profil dirinya dan saling berkirim surat elektronik serta pesan instan, contohnya Facebook dan Google+.
- e. *Virtual game worlds* – merupakan platforms yang mereplikasi lingkungan dalam bentuk tiga dimensi dimana pengguna dapat menampilkan dirinya dalam bentuk avatar dan berinteraksi dengan yang lainnya seperti yang dilakukan dalam dunia nyata, contohnya World of Warcraft.
- e. *Virtual social worlds* – merupakan situs yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dalam platform tiga dimensi dengan menggunakan avatar yang mirip kehidupan nyata.

3.5. Fungsi Media Sosial

Untuk memahami fungsi media sosial, Kietzmann, *et.al.* (2011) menyatakan bahwa fungsi media sosial dapat dijelaskan dengan menggunakan kerangka *Honeycomb* yang menggambarkan media sosial dengan menggunakan tujuh pilar yaitu identitas, percakapan, berbagi, kehadiran, hubungan, reputasi, dan kelompok:

- a. *Identitas (Identity)* – bagaimana pengguna menampilkan dirinya. Fungsi ini lebih banyak memperlihatkan diri sendiri dan menampilkan

diri. Fungsi ini lebih kepada cara orang mencari identitas diri melalui media sosial.

- b. Percakapan (*Conversations*) – bagaimana pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya. Fungsi media sosial yang identik dengan ussha melakukan percakapan yang sifatnya juga memberikan dan mendapatkan kebutuhan berkomunikasi.
- c. Berbagi (*Sharing*) – bagaimana pengguna melakukan pertukaran isi, mendistribusikan isi, dan menerima isi tersebut.
- d. Kehadiran (*Presence*) – bagaimana pengguna mengetahui kehadiran pengguna yang lain.
- e. Hubungan (*Relationship*) – bagaimana pengguna berhubungan satu sama lain.
- f. Reputasi (*Reputation*) – bagaimana pengguna mengetahui isi dan posisi sosial pengguna lainnya.
- g. Kelompok (*Groups*) – bagaimana pengguna berada dalam suatu komunitas atau kelompok.

Pengaruh media sosial mendatangkan beragam manfaat bagi penggunaannya baik individual maupun dunia bisnis. Adapun manfaat media sosial bagi individu dan bagi dunia bisnis menurut Taprial dan Kanwar (2012) adalah:

- a. Penggunaan pribadi. Individu menggunakan media sosial untuk alasan tertentu seperti tetap terhubung dengan berita-berita terkini, teknologi mutakhir, gosip, dan berbagai kejadian di seluruh dunia maupun di sekitarnya.
- b. Menggali kreativitas. Beragam bentuk media sosial yang ada yang digunakan oleh individu dapat menggali kreativitas serta mengekspresikan dirinya misalnya dengan menulis di blog.
- c. Interaksi sosial. Manusia adalah makhluk sosial yang tidak akan pernah lepas dari proses interaksi dengan manusia lainnya. Media sosial memungkinkan pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya dengan menggunakan akses internet dan teknik-teknik komunikasi yang ada kapanpun dan dimanapun seperti website atau laman dan telepon pintar.
- d. Meraih kekuasaan. Media sosial telah mengambil alih kekuasaan kepada tangan konsumen. Seseorang dapat memiliki pengaruh sosial melalui interaksi sosial yang dilakukan melalui laman atau teknologi bergerak.
- e. Membangun citra produk secara daring (*online branding*). Media sosial dapat digunakan secara efektif dalam dunia bisnis untuk menciptakan impresi yang kuat dan jangka panjang agar mudah diingat oleh konsumen atau calon konsumen.

- f. Pemasaran. Media sosial pemasaran adalah cara yang digunakan oleh organisasi bisnis dan nirlaba untuk membangun hubungan yang efektif melalui kepercayaan, isi pesan yang bermanfaat, membantu dan kekuasaan.
- g. Membangun hubungan. Media sosial digunakan dalam dunia bisnis untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam rangka menjaga kepuasan konsumen agar konsumen tetap setia pada produk yang telah digunakan.
- h. Jaringan atau dari mulut ke mulut. Media sosial merupakan cara komunikasi dari mulut ke mulut dalam wajah baru. Ketika individu terkoneksi satu dengan yang lainnya, sedikit saja kata-kata tentang suatu produk yang disampaikan melalui media sosial dapat segera menyebar. Disinilah konsumen dapat juga berperan sebagai agen pemasaran.
- i. Manajemen reputasi daring. Merupakan kegiatan melakukan pengawasan reputasi internet mengenai seseorang, merek suatu produk atau bisnis dengan tujuan untuk menekan seluruh pembicaraan negatif atau menekannya ke dasar sebagai hasil dari mesin pencarian untuk mengurangi visibilitas yang bersangkutan.
- j. Membangun komunitas. Sebuah perusahaan atau bisnis dapat menggunakan media sosial untuk membangun sebuah komunitas di sekitar produk atau bisnisnya.
- k. Menampilkan wajah manusia ke dalam bisnis. Manusia cenderung lebih nyaman berbisnis dan berpartisipasi dalam media sosial yang membantu bisnis mereka.

3.6. Penggunaan Media Sosial bagi PMI di Taiwan

Media sosial menjadi alat yang sangat vital bagi banyak PMI di Taiwan sebagaimana diungkapkan Tati, Dwi dan Haryanto saat mewawancarai mereka. “Seperti makanan harian bahkan melebihi fungsinya,” ungkap mereka.

Media sosial menjadi kebutuhan untuk meng-*update* semua informasi yang memang wajib dan harus diketahui mereka. Antara lain kondisi keluarga mereka setiap hari, control anak-anak dan pekerjaan serta sejauh mana keberadaan keluarga mereka saat ditinggalkan. Hal ini bagi mereka adalah bentuk keamanan secara psikologi yang memang akan sangat berimplikasi kepada pekerjaan mereka. “Hati tenang kita bisa bekerja senang,” ungkap Tati. “Jadi jika mengawali hari tidak mengecek whatsapp atau messenger hati terasa tidak tenang. Artinya secara psikologi akan terganggu untuk

melewati hari-hari kerja,” tambah Dwi. Pernyataan ini memberikan satu simpulan bahwa pekerjaan awal yang dilakukan para PMI saat memulai hari mereka adalah melihat dan memantau medsos. Whatsapp dan messenger FB menjadi sebuah sarana media sosial yang sangat efektif untuk memastikan kondisi terhadap sesuatu yang bertalian dengan objek pemakai. Ini juga selebihnya akan tergantung juga dari informasi penting yang wajib diketahui para PMI. Lantas bagaimana dengan unsur perlindungannya? Media sosial memungkinkan seseorang bisa mengetahui apa yang bisa dilakukan ketika orang disaat berada di negara lain. Bagaimana mencari pertolongan bahkan mendapatkan perlindungan ketika terjadi sesuatu yang tidak diinginkan.

Dwi salah satu PMI di Taiwan menginformasikan bahwa dia menggunakan media sosial. Karena dari penggunaan ini akan mendorong teman-temannya untuk memberikan kontribusi dan juga umpan balik. Misalnya saya memasang status “hari ini bertemu dan makan Bersama teman-teman di MTS Taipei”. Memasang status ini akan memancing komentar teman-temannya untuk memberikan informasi tambahan, mengajak berdiskusi dan melebarkan pembicaraan. Ini juga yang menyebabkan di media sosial seperti Facebook, terdapat fitur like, komentar, share, dan lain sebagainya. Upaya ini akan sangat membantu mengorek aktivitas dan kegiatan PMI lainnya.

Tantri juga mengungkapkan kalau aktivitas media sosial juga membuka informasi soal umpan balik dan partisipasi yang dilakukan oleh para penggunanya. Contohnya kita bisa mengakses voting pengguna serta kolom komentar untuk status yang dibagikan di media sosial. Apabila kita ada usulan dan pemikiran akan memperlihatkan siapa yang setuju dan siapa yang tidak setuju dengan usulan status kita.

Agus juga mengatakan Media sosial juga memungkinkan pengguna untuk saling berkomunikasi / berbincang secara dua arah. Baginya kebanyakan media sosial bisa populer di kalangan netizen karena kemampuannya dalam membuat hubungan antar pengguna. Misalnya ada fasilitas tautan (istilahnya link) ke website lain. Jadi apa yang kita statuskan bisa diperlihatkan di media sosial lainnya. Dari hasil wawancara mendalam dengan PMI bernama Tantri, media sosial memiliki arti penting bagi mereka. Lebih mudah mengingatkan dalam status FB daripada menelepon dan mengSMS teman-teman. Secara lebih mendalam ada pengungkapan jika media sosial tidak ada, sangat melemahkan kekuatan PMI

di Taipei untuk mengetahui keberadaan teman-teman mereka. Karena meskipun ada kesempatan setiap minggu bertemu dengan sahaabat-sahabatnya sesama PMI tapi ada kegalauan kalau tidak dapat mengetahui aktivitas harian. Beberapa isi media sosial mereka yang dianggap bermanfaat dan menolong sesama PMI adalah:

Dalam sehari saya posting untuk shering atau info info penting bisa beberapa kali jd silahkan diikuti dan dibagikan klu dianggap bermanfaat.

Yang ketinggalan crept nyusul

Usahakan klu penting di SAVE atau dicatat.

#####

[KHUSUS PMI SEKTOR FORMAL] Apabila TKA mengalami kecelakaan biasa atau sakit penyakit biasa sehingga tidak dapat bekerja (contoh: opname di rumah sakit), yang mengakibatkan tidak dapat menerima gaji yang seharusnya diterima pada waktu bekerja, maka TKA dapat menerima dana bantuan untuk kecelakaan biasa terhitung dimulai dari hari ke-4. Pengobatan di klinik atau di rumah tidak termasuk ke dalam kategori ini.

Perhitungan Klaim Asuransi

- 1) Perhitungan klaim asuransi untuk kecelakaan biasa atau sakit penyakit biasa adalah sebagai berikut : terhitung mulai dari hari ke-4 setelah TKA dirawat di rumah sakit, TKA dapat menerima setengah dari jumlah gaji rata-rata selama 6 (enam) bulan yang dilaporkan ke Biro Asuransi Tenaga Kerja sebelum TKA dirawat di rumah sakit. Pembayaran dilakukan sekali setiap 2 (dua) minggu dengan kurun waktu maksimum 6 (enam) bulan.
- 2) Jika sebelum terjadi kecelakaan TKA sudah membayar polis asuransi lebih dari 1 tahun, maka klaim asuransi tersebut di atas dapat ditambahkan selama 6 (enam) bulan, dengan total seluruhnya 1 (satu) tahun.
- 3) Perhitungan klaim asuransi untuk kecelakaan kerja atau sakit penyakit yang diakibatkan oleh pekerjaan adalah sebagai berikut : terhitung mulai dari hari ke-4 setelah TKA tidak dapat bekerja, TKA dapat menerima 70 % dari jumlah gaji rata-rata selama 6 (enam) bulan yang dilaporkan ke Biro Asuransi Tenaga Kerja sebelum TKA dirawat di rumah sakit. Pembayaran dilakukan setiap 2 (dua) minggu.
- 4) Jika TKA belum pulih dalam waktu 1 (satu) tahun, maka klaim asuransi yang diterima dikurangi menjadi setengah atau 50 % dari jumlah gaji rata-rata setiap bulan, yang dilaporkan kepada Biro Asuransi Tenaga Kerja. Klaim dapat diperpanjang dengan tambahan waktu maksimal 1 (satu) tahun, dengan total seluruhnya 2 (dua) tahun.

Selamat pagi

Ayo do kumpul baca dan bagikan,

Kadang edaran yang keluar teman-teman tidak membaca atau tidak tahu.

**AYOK KITA RAMAI-RAMAI BELAJAR
DAN MEMAHAMI TENTANG KETENTUAN KETENAGA
KERJAAN.**

Ini saya tulis garis besarnya saja ya
Tentang

**BIAYA PERPANJANGAN KONTAK TANPA PULANG
SESUAI DENGAN PENGUMUMAN YANG DI
KELUARAKAN OLEH KDEI PENGUMUMAN
NO.1255/KA/KDEI/XII/2017**

**DAN BERAPA SIH BIAYA BPJS YANG SESUAI ATURAN.
ISI SINGKAT PENGUMUMAN KDEI**

Agensi yang membantu proses perpanjangan perjanjian kontrak kerja (PK) tanpa pulang agar TIDAK MEMBEBAKAN BIAYA

tambahan kepada TKI, kecuali biaya pelayanan agens(agency service) bulanan sebesar 1,500/bulan selama masa penempatan (maksimal 3 tahun),serta BIAYA LEGALISASI DOKUMEN SEBESAR NT1,150 dengan rincian NT.850(legalisasi PK di KDEI Taipei), dan NT.300(administrasi di Mol Taiwan).

Bagi TKI yang dikenakan pembiayaan tambahan diluar ketentuan tersebut diharapkan dapat melaporkan ke Pusat Pelayanan WDA : 02.89956000, saluran pengaduan 1955 maupun ke KDEI Taipei melalui telp 02-87526170 ext 639,618, atau melalui email : ieto@ms8.hinet.net dengan MELAMPIRKAN BUKTI PEMBAYARAN serta BUKTI PENGADUAN LAIN.

NB.

UNTUK TEMAN TEMAN KETAHUI

BIAYA UNTUK MENJADI PESERTA BPJS ADALAH 468.000,00 RUPIAH.

JUMLAH BIAYA ITU UNTUK BPJS SELAMA 3 TAHUN.

Silahkan di catat dan di bagiakan agar teman teman tahu dan bisa ditunjukkan ke agensi kalau tarik biaya lebih,

semoga bermanfaat.

SEMUA KUMPUL, AYO DIBACA DAN DITRAPKAN

Berulang- ulang saya sering sampaikan.

Gaji kalau terlambat satu hari,2 hari paling lama satu minggu Segera diminta.

Bagaimanapun juga.

Jangan menunggu sampai berbulan bulan atau sampai bertahun tahun.

Ingat

Kalau sampai gaji ngk diberi

Lalu bangkrut ,gaji tak terlunasi kita sendiri yg rugi.

Kalaupun di bukakan tabungan

Minta dan pegang sendiri buku tabungan serta ATM.

Klu tidak boleh laporkan.

Karena sesuai Pasal 3 Perjanjian kontrak kerja gaji harus diterima PMI tidak boleh diwakilkan ke pihak ketiga atau agensi.

Tolong di pahami

Dan di Ingat

Sampai pegel lah nulis sama ngomel

Gaji minta jangan biarkan bertumpuk tumpuk.

Semoga semua bisa punya keberanian,masalah gaji ngk usah pakai sungkan atau ngk enak.

Semoga

Semua bisa tegas.

CIA yo

Ini beberapa penggalan isi dari media sosial yang ditulisan Ibu Tantri. Menurutnya jangkauan FB akan lebih cepat menolong PMI dan dianggap efisien dari sekadar menghubungi satu persatu orang lewat telepon.

Sebagai PMI yang sudah lama di Taiwan Tantri merasa berkewajiban mengontrol semua sahabat PMI maupun keberadaan mereka. Hal lain yang ditemukan kepada Pak Toto, menurutnya media sosial sangat membantu dalam hal kontroling kepada sesama buruh. Secara rutin kordinasi akan berjalan dengan baik jika ada informasi yang rutin dari anggota-anggotanya.

Bukan hanya informasi soal detail pekerjaan akan tetapi keluhan dan ketidakberesan dalam pekerjaan. Toto melakukan aktivitas media sosial biasanya sesudah sarapan pagi, saat antri masuk kerja, makan siang, dan istirahat malam.

4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat ditunjukkan bahwa betapa pentingnya media sosial dari usaha untuk memberikan perlindungan kepada PMI. Media sosial menjadi sarana memberikan arahan dan kesempatan para PMI memberikan laporan serta memiliki komunitas dalam persahabatan dan persaudaraan. Dalam hal ini PMI di Taiwan memiliki keseimbangan dalam mewujudkan beberapa pokok pikiran dan hal yang kurang lebih bisa diandalkan.

Ada tiga catatan penting yang dapat disimpulkan dari penelitian ini yakni:

1. Media sosial menjadi salah satu wadah yang digunakan oleh sesama PMI untuk bersosialisasi dan bertukar informasi ;
2. Selain sebagai sarana sosialisasi dan bertukar informasi, media sosial juga telah dijadikan sebagai alat untuk menyuarakan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh PMI kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan harapan ada respons dan solusi yang terukur ;
3. Kehadiran media sosial telah membantu membangun solidaritas dan semangat persaudaraan, baik sebagai sesama PMI maupun sebagai sesama WNI di tanah rantau. Sesuatu yang mungkin akan sulit terwujud andai media sosial menjadi sesuatu yang sulit di akses.

REFERENSI

- Andreas M. Kaplan & Michael Haenlein. 2010. "Users of the world, Unite! The Challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons* 53 (1), 59-68
- Daymon Christine & Immy Holloway. 2008. *Metode-Metode Riset Kualitatif dalam Public and Marketing Communications*. Diterjemahkan oleh Cahya Wiratama. Yogyakarta: PT. Bentang Pustaka.

- Denzin K Norman & Yvonna S Linclon. 2000. *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication.
- Djumadi. 2005. *Sejarah Keberadaan Organisasi Buruh di Indonesia*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Esthenberg Kristin.2002. *Qualitative Methods in Social Research*. New York: Mc Graw Hill.
- Hadi, Syamsul. 2008. “Sekuritisasi dan Upaya Peningkatan Perlindungan terhadap Tenaga Kerja Indonesia”. *Jurnal Hukum Internasional Labour Law*, Vol 5 (4).
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. 2011. “Social Media? Get Srious! Understanding the Funcional Building Blocks of Social Media”. *Business Horizons*, 54 (3) 241-251.
- Meikle Graham. 2018. *Social Media, Communication, Sharing and Visibility*. USA: Goodreads.
- Raco J. R. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Riyanto, Yatim. 1996. *Metodologi Penelitian Pendidikan Tinjauan Dasar*. Surabaya: SIC.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Yin, Robert K. 2011. *Qualitative Research from Start to Finish*. New York: The Guilford Press.
- Taprial, Varinder & Priya Kanwar. 2012. *Understanding Social Media*. London: Ventus Publishing ApS.

*) **Merdy Ervina Rumintjap**, Dosen Program Studi S1 Ilmu Komunikasi STISIP Widuri Jakarta.
Email: merdyrr@gmail.com